

# Pesquisa Dia dos Namorados 2022

Ah, a data mais romântica do ano está chegando e não nos surpreende saber que os consumidores estão pensando em agradecer seus amores, afinal...

all in opinion box



E se esses 26% que não pretendem comprar te preocuparam, calma, está na hora de olhar o copo meio cheio, afinal a maioria diz que não fará compras por não ter a sua metade da lanterna ainda — mas quem sabe o consumidor aproveite as promoções para si?

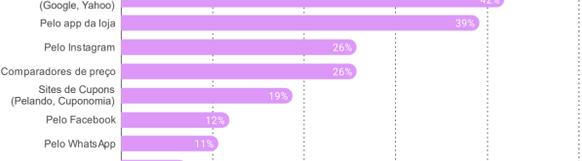
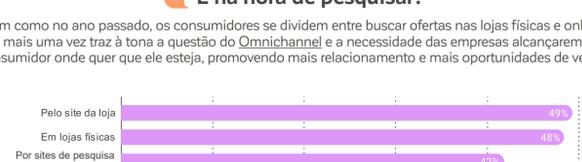
## Por que não pretende presentear na data?



\*dados referentes aos 26% que não pretendem presentear na data

## E o que faria as pessoas irem às compras?

Bom, essa resposta a gente já imagina: 34% mudariam de ideia e decidiriam comprar na data se tivessem namorado(a). E tem quem queira uma oferta que valha a pena também. Então a dúvida que fica mesmo é: cadê os aplicativos de namoro pra dar aquela ajudada antes do evento, hein?



E mais: 5% se pudessem parcelar em muitas vezes; 2% por outros motivos; 1% se o ator/influenciador preferido fizesse parte da campanha

\*dados referentes aos 26% que não pretendem presentear na data

## E na hora de pesquisar?

Assim como no ano passado, os consumidores se dividem entre buscar ofertas nas lojas físicas e online, o que mais uma vez traz à tona a questão do Omnichannel e a necessidade das empresas alcançarem esse consumidor onde quer que ele esteja, promovendo mais relacionamento e mais oportunidades de venda.



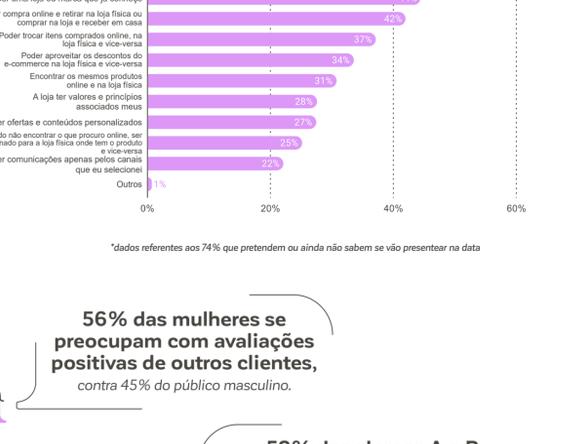
\*dados referentes aos 74% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data

## Social Commerce, mobile e outras tendências

Falando em comunicar ofertas, o anúncio nas redes sociais tem sido uma ótima maneira de divulgar produtos, já que a maioria dos clientes afirmam interagir com ofertas por esses canais — mas sem esquecer da ferramenta de e-mail, sempre presente nas estratégias, sendo um forte meio de chegar até seu cliente.

A novidade nesta pesquisa está nas notificações de aplicativo, que tem ganhado cada vez mais espaço no coração dos consumidores.

## Qual das comunicações de ofertas costuma interagir?



\*dados referentes aos 74% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data

**17% do público de 16 a 29 anos interage com influenciadores** contra 13% de 30 a 49 anos e 6% da faixa 50+

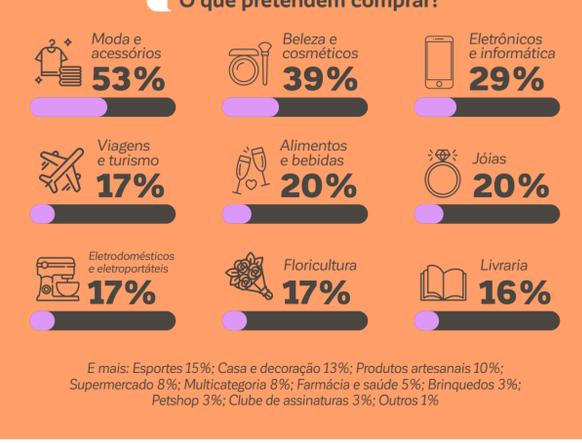
**42% do público interage com anúncios em redes sociais** contra 36% do público masculino.

## Como ganhar - ou não perder - a atenção dos clientes?

### Olha o frete de novo aí!

Nosso relatório do Dia das Mães — data sazonal que precedeu o Dia dos Namorados — revela que o valor do frete médio aumentou levemente no período, o que reflete diretamente na jornada de compra. Não à toa, as vantagens no frete são fatores essenciais para convencer o consumidor a fechar o pedido. Mais importante que isso, apenas a oferta de bons preços e promoções.

Veja outros itens decisivos e já pega essa dica de fidelização:



\*dados referentes aos 74% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data

**56% das mulheres se preocupam com avaliações, contra 45% do público masculino.**

**52% das classes A e B dão preferência por lojas que permitem trocar itens comprados online, na loja física e vice-versa, contra 36% do público CDE.**

E se acabamos de falar do frete, olha ele aqui de novo: 57% dos clientes desistiriam de uma compra por valores de frete ruins e 53% por prazos de entrega ruins. E essa não é a única pesquisa que mostra esse dado — também vimos essa questão no estudo sobre o perfil de consumo para 2022.

### Confiança

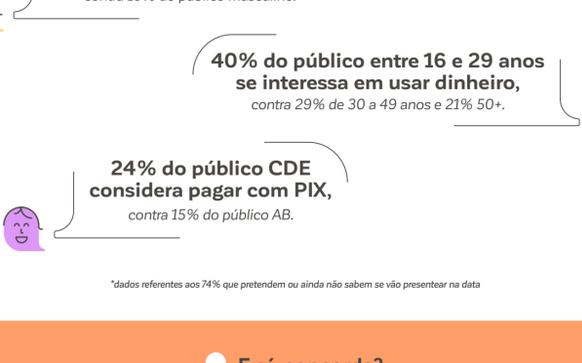
Outro ponto importante para conquistar o cliente é a reputação tanto da loja, quanto dos produtos. Vale o alerta para o varejo: fique atento a oferta e o atendimento é abordado na sua loja, e isso vale para todo o processo de compra — não só antes, como durante e depois da conversão.

## O que faria desistir de comprar?



\*dados referentes aos 74% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data

## O que pretendem comprar?



E mais: Esportes 15%; Casa e decoração 13%; Produtos artesanais 10%; Supermercado 8%; Multicategoria 8%; Farmácia e saúde 5%; Brinquedos 3%; Petshop 3%; Clube de assinaturas 3%; Outros 1%

## Quando pretendem comprar?



E ainda, 5% já compraram e 12% ainda não sabem.

## Quanto pretendem investir?



## Como pretendem investir?



**27% das mulheres pretendem gastar entre R\$ 51 e R\$ 100,** contra 19% do público masculino.

**40% do público entre 16 e 29 anos se interessa em usar dinheiro,** contra 29% de 30 a 49 anos e 21% 50+.

**24% do público CDE considera pagar com PIX,** contra 15% do público AB.

\*dados referentes aos 74% que pretendem ou ainda não sabem se vão presentear na data

## E aí, concorda?

É momento de saber se os consumidores concordam com algumas afirmações sobre o Dia dos Namorados. Vai um spoiler? Os consumidores estão sentindo a alta dos preços, mas mesmo assim sentem que o moço merece celebrar esse evento com uma surpresa inesquecível.

### O dia dos namorados é apenas uma data comercial



### Mesmo sendo uma data muito comercial, faço questão de celebrar o dia dos namorados



### Sinto que os presentes estão mais caros este ano



### Gosto de surpreender no dia dos namorados



### Não me importo de gastar muito no dia dos namorados



Bom, agora é com você. Chegou o momento de unir esses dados às análises sobre a sua persona, entender seus consumidores e ajudá-los a encontrar a solução de presente perfeita para homenagear quem eles amam neste dia — e de quebrar vender muito, claro!